



Analisa Kualitas Layanan Dengan Model Servqual, Model Kano, Dan Quality Function Deployment (QFD) di PT. Toyota Asri Motor Sidoarjo

Rr.Rochmoeljati

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Abstraksi

Dengan meningkatnya kompetisi pasar, tidaklah cukup bagi suatu perusahaan hanya bergantung pada improvisasi berkala untuk mempertahankan dan mengembangkan kompetensitas saja, melainkan diperlukan suatu langkah strategis yang inovatif.

PT. Toyota Asri Motor Sidoarjo selama ini belum memfokuskan langkah perbaikan kualitas layanan bengkel pada atribut layanan yang dapat memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga perusahaan belum dapat memenuhi target kepuasan pelanggan yang telah ditetapkan oleh policy management pusat.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisa kualitas layanan bengkel PT. Toyota Asri Motor Sidoarjo dengan pendekatan terintegrasi model Servqual, model Kano, dan Quality Function Deployment (QFD) untuk peningkatan kualitas layanan. Penelitian dilakukan terhadap pelanggan bengkel dengan menyebarkan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat delapan atribut layanan yang memiliki nilai kepuasan pelanggan negatif, antara lain: jam kerja bengkel (-0.96), penampilan petugas bengkel (-0.78), waktu tunggu yang dibutuhkan untuk dilayani petugas (-0.54), kenyamanan ruang tunggu (-0.32), kemudahan mengunjungi bengkel (-0.23), kemampuan petugas dalam mendiagnosa masalah (-0.10), hasil perawatan/perbaikan sesuai dengan permintaan (-0.08), dan kemudahan dalam membuat janji perawatan/perbaikan (-0.04). Berdasarkan kategori Kano, kedelapan atribut layanan tersebut digolongkan oleh pelanggan dengan kategori one-dimensional, yang memiliki pengertian tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linier dengan kinerja atribut, sehingga kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula. Strategi perbaikan didasarkan pada tingkat kepentingan dari respon teknis dalam matriks HOQ.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, model Servqual, model Kano,
Quality Function Deployment (QFD).

PENDAHULUAN

PT. Toyota Asri Motor Sidoarjo berusaha memenuhi kepuasan pelanggan adalah segalanya dan mutlak harus selalu ditingkatkan. Namun komitmen ini bertolak belakang dengan customer satisfaction index achievement-service department. Jika ditinjau dari key performance indicator, perusahaan hanya dapat memenuhi 86% dari target yang telah ditetapkan oleh policy management pusat. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan belum memfokuskan langkah perbaikan kualitas layanan pada atribut layanan yang dapat memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Penelitian ini mengajukan sebuah pendekatan terintegrasi model Servqual, model Kano, dan QFD. Model Servqual memberikan informasi penting mengenai adanya gap antara jasa yang diprediksi dan jasa yang diterima. Namun, ini tidak dapat menjembatani bagaimana gap dapat ditutup. Dengan mengintegrasikan Servqual pada QFD, penutupan gap jasa dapat diatasi, dimana nilai numerik gap yang dihasilkan dari pengukuran Servqual menjadi rating kepentingan dalam HOQ. Bagaimanapun, penggunaan nilai numerik gap saja sebagai rating kepentingan tidak cukup untuk menentukan prioritas perbaikan. Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan tipe atribut (yaitu must-be, one-dimensional, attractive) perlu juga ditentukan. Disinilah model Kano berguna bagi QFD.

Dari latar belakang yang telah dibahas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana upaya PT. Toyota Asri Motor dalam meningkatkan kualitas layanan bengkel dengan pendekatan terintegrasi model Servqual, model Kano, dan QFD?”

Tujuan penelitian ini adalah “Menganalisa kualitas layanan bengkel untuk peningkatan kualitas layanan berdasarkan kebutuhan dan harapan pelanggan dengan model Servqual, model Kano, dan QFD”.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Kualitas Jasa

Lewis Dan Booms (1983) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang dipersepsikan (perceived service) (Parasuraman, et al., 1985). Apabila perceived service sesuai dengan expected service, maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika perceived service melebihi expected service, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila perceived service lebih jelek dibandingkan expected service, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Model Servqual

Model yang dikenal dengan istilah Gap Analysis Model ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi (Oliver, 1997). Ancangan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut meningkat lebih besar daripada harapan atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya.

Pengukuran Kualitas Layanan dengan Model Servqual

Evaluasi kualitas layanan menggunakan model Servqual mencakup perhitungan perbedaan di antara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan. Sehingga Servqual score dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Gap score

$$D = \text{perception score} - \text{expectation score}$$

2. Unweighted mean score (nilai gap rata-rata tanpa pembobotan)

$$= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \quad ; \text{dimana } n \text{ adalah banyaknya pernyataan dalam dimensi tersebut}$$

3. Weighted mean score (nilai gap rata-rata dengan pembobotan)

$$= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i + \text{bobot rata-rata}$$

$$4. \text{ Average unweighted servqual score} = \sum_{i=1}^5 \left\{ \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \right\} \frac{1}{5}$$

5. Average weighted servqual score (nilai gap rata-rata keseluruhan dengan pembobotan)

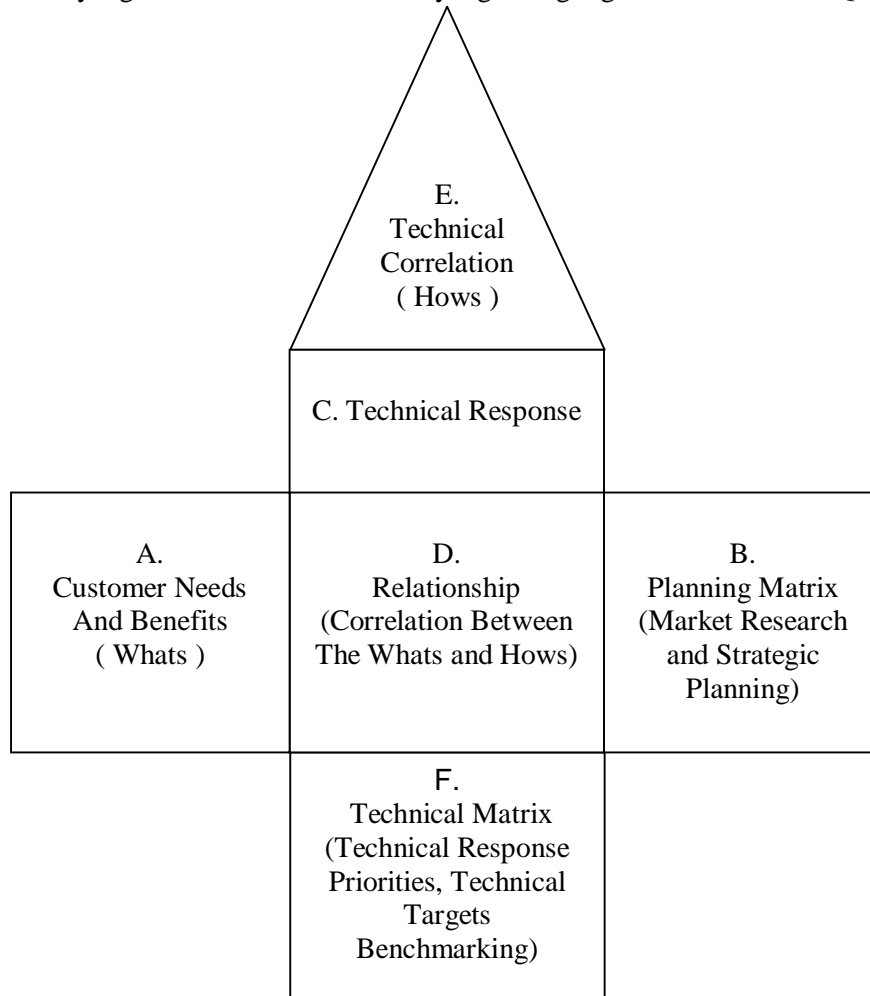
$$= \sum_{i=1}^5 \left\{ \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \right\}$$

Quality Function Deployment (QFD)

QFD dikembangkan di Jepang oleh Yoji Akao (1972). Ia menyebutnya hin shitsu kino ten kai. Lockamy dan Khurana (1995) menterjemahkannya sebagai berikut: hin shitsu berarti kualitas atau sifat atau atribut, kino berarti fungsi atau mekanisasi, dan ten kai berarti penyebaran, difusi, pengembangan, atau evolusi. QFD didefinisikan sebagai sebuah sistem yang bertujuan untuk menterjemahkan persyaratan pelanggan kedalam persyaratan teknis yang sesuai

pada setiap tahap siklus produk, mulai dari konsepsi produk hingga penjualan dan pelayanannya (Akao, 1990).

Analogi yang paling sering digunakan untuk menggambarkan struktur QFD adalah suatu matriks yang berbentuk rumah, istilah yang sering digunakan adalah HOQ.



Gambar 1 The House of Quality (Cohen, 1995)

METODE PENELITIAN

Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Pada tahap ini dilakukan identifikasi variabel penelitian yaitu kualitas layanan dengan indikator berupa atribut layanan yang dikelompokkan kedalam 5 dimensi Servqual. Berikut operasional variabel penelitian:

Variabel: kualitas layanan

Dimensi:

1. Keandalan (reliability)
Indikator: a. Ketepatan waktu penyerahan kendaraan selesai perawatan/perbaikan, b. Kemudahan cara pembayaran
2. Daya tanggap (responsiveness)
Indikator: a. Kemudahan dalam membuat janji perawatan/perbaikan, b. Waktu tunggu yang dibutuhkan untuk dilayani petugas, c. Kemudahan mengunjungi bengkel, d. Ketepatan waktu perbaikan
3. Jaminan (assurance)
Indikator: a. Kemampuan petugas bengkel dalam mendiagnosa masalah, b. Sopan santun dan keramahan petugas bengkel, c. Hasil perawatan/perbaikan sesuai dengan permintaan, d.

- Perbaikan gratis jika terjadi kesalahan perbaikan oleh petugas bengkel, e. Kewajaran harga jasa dan suku cadang
4. Empati (empathy)
Indikator: a. Ketepatan dan kecermatan petugas bengkel dalam menanggapi keluhan, b. Jam kerja bengkel
 5. Bukti fisik (tangible)
Indikator: a. Penampilan petugas bengkel, b. Kenyamanan ruang tunggu, c. Kebersihan fasilitas pelanggan (meja penerima tamu, ruang tunggu, dan toilet), d. Ketersediaan suku cadang, e. Kebersihan kendaraan setelah perawatan/perbaikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Tabel 1 Pengelompokan Atribut berdasarkan 5 Dimensi Servqual

No	Dimensi	Atribut
1.	Keandalan (reliability)	1. Ketepatan waktu penyerahan kendaraan selesai perawatan/perbaikan 2. Kemudahan cara pembayaran
2.	Daya tanggap (responsiveness)	3. Kemudahan dalam membuat janji perawatan/perbaikan 4. Waktu tunggu yang dibutuhkan untuk dilayani petugas 5. Kemudahan mengunjungi bengkel 6. Ketepatan waktu perbaikan
3.	Jaminan (assurance)	7. Kemampuan petugas bengkel dalam mendiagnosa masalah 8. Sopan santun dan keramahan petugas bengkel 9. Hasil perawatan/perbaikan sesuai dengan permintaan 10. Perbaikan gratis jika terjadi kesalahan oleh petugas bengkel 11. Kewajaran harga jasa dan suku cadang
4.	Empati (empathy)	12. Ketepatan dan kecermatan petugas bengkel dalam menanggapi keluhan 13. Jam kerja bengkel
5.	Bukti fisik (tangible)	14. Penampilan petugas bengkel 15. Kenyamanan ruang tunggu 16. Kebersihan fasilitas pelanggan (meja penerima tamu, ruang tunggu, dan toilet) 17. Ketersediaan suku cadang 18. Kebersihan kendaraan setelah perawatan/perbaikan

Pengolahan Data Kano

Pada kuesioner Kano dilakukan perhitungan-perhitungan sebagai berikut:

1. Menentukan kategori atribut tiap responden berdasarkan tabel evaluasi Kano, seperti tabel berikut:

Tabel 2 Tabel Evaluasi Kano (Walden, 1993)

Customer Requirements		Disfungsional				
		1. Suka	2. Mengharap -kan	3. Netral	4. Toleransi	5. Tidak suka
Fungsional	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Mengharapkan	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak suka	R	R	R	R	Q

Pembahasan

Pada sub bab ini akan dilakukan analisa dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yaitu analisis terhadap House of Quality (HOQ).

Analisis Kebutuhan Pelanggan (Whats)

Pada tahap penentuan nilai adjusted importance dalam pembentukan House of Quality (HOQ) ditampilkan nilai kepuasan pelanggan, kategori Kano, dan nilai adjusted importance sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Perhitungan Adjusted Importance

Dimensi	Atribut	Nilai Kepuasan Pelanggan	Kategori Kano	Bobot Kano	Adjusted Importance
Reliability	Ketepatan waktu penyerahan kendaraan selesai perawatan/perbaikan	0.61	O	2	1.22
	Kemudahan prosedur pembayaran	0.09	O	2	0.18
Responsiveness	Kemudahan dalam membuat janji perawatan/perbaikan	-0.04	O	2	-0.08
	Waktu tunggu yang dibutuhkan untuk dilayani petugas	-0.54	O	2	-1.08
	Kemudahan mengunjungi bengkel	-0.23	O	2	-0.46
	Ketepatan waktu perbaikan	0.22	O	2	0.44
	Kemampuan petugas bengkel dalam mendiagnosa masalah	-0.1	O	2	-0.2
Assurance	Sopan santun dan keramahan petugas bengkel	0.13	O	2	0.26
	Hasil perawatan/perbaikan sesuai dengan permintaan	-0.08	O	2	-0.16
	Perbaikan gratis jika terjadi kasalahan perbaikan oleh petugas bengkel	0.17	O	2	0.34
	Kewajaran harga jasa dan suku cadang	0.19	O	2	0.38
	Ketepatan dan kecermatan petugas bengkel dalam menanggapi masalah	0.1	O	2	0.2
Empaty	Jam kerja bengkel	-0.96	O	2	-1.92
	Penampilan petugas bengkel	-0.78	O	2	-1.56
Tangibles	Kenyamanan ruang tunggu	-0.32	O	2	-0.64
	Kebersihan fasilitas pelanggan (meja penerima tamu, ruang tunggu, toilet)	0.05	O	2	0.1
	Ketersediaan suku cadang	0.52	O	2	1.04
	Kebersihan kendaraan setelah perawatan/perbaikan	0.26	A	4	1.04

Tabel 4 Urutan Prioritas Kebutuhan Pelanggan (Whats)

Atribut	Nilai Kepuasan Pelanggan	Kategori Kano	Bobot Kano	Adjusted Importance
Jam kerja bengkel	0.96	O	2	1.92
Penampilan petugas bengkel	0.78	O	2	1.56
Waktu tunggu yang dibutuhkan untuk dilayani petugas	0.54	O	2	1.08
Kenyamanan ruang tunggu	0.32	O	2	0.64
Kemudahan mengunjungi bengkel	0.23	O	2	0.46
Kemampuan petugas bengkel dalam mendiagnosa masalah	0.10	O	2	0.20
Hasil perawatan/perbaikan sesuai dengan permintaan	0.08	O	2	0.16
Kemudahan dalam membuat janji perawatan/perbaikan	0.04	O	2	0.08

Pembentukan House of Quality (HOQ)

		Menambah jam operasi	Mengadakan program pelatihan silang	Mengadakan program pelatihan berkala	Menempatkan satu penyelia untuk setiap karyawan lini depan	Penilaian kinerja dan penghargaan	Mengirimkan majalah/newsletter perusahaan	Membuat peta lokasi pada buku service	Menyediakan fasilitas keluhan secara langsung (sms gratis/saluran telepon bebas pulsa)	Memperbarui database pelanggan	Penataan interior yang baik	Menyediakan fasilitas movie entertainment	Menyediakan bahan bacaan	Menyediakan fasilitas kafetaria	Menyediakan seragam baru per triwulan
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Jam kerja bengkel	1	○													
Penampilan petugas bengkel	2													△	
Waktu tunggu yang dibutuhkan untuk dilayani petugas	3		○		○										
Kenyamanan ruang tunggu	4									△	○	△	○		
Kemudahan mengunjungi bengkel	5					○									
Kemampuan petugas dalam mendiagnosa masalah	6		○	○	○		△	○							
Hasil perawatan/perbaikan sesuai dengan permintaan	7		○		○			○	○						
Kemudahan dalam membuat janji perawatan/perbaikan	8	△						○							

Gambar 4.1 Hasil Pemetaan Hubungan Antara Whats Dengan Hows



KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengukuran dengan model Servqual, terdapat delapan atribut antara lain: jam kerja bengkel (-0.96), penampilan petugas bengkel (-0.78), waktu tunggu yang dibutuhkan untuk dilayani petugas (-0.54), kenyamanan ruang tunggu (-0.32), kemudahan mengunjungi bengkel (-0.23), kemampuan petugas bengkel dalam mendiagnosa masalah (-0.10), hasil perawatan/perbaikan sesuai dengan permintaan (-0.08), dan kemudahan dalam membuat janji perawatan/perbaikan (-0.04).
2. Strategi perbaikan atribut layanan yang memiliki nilai kepuasan pelanggan negatif untuk peningkatan kualitas layanan didasarkan pada tingkat kepentingan dari respon teknis dalam matriks HOQ. Menambah jam operasi (5.76), penilaian kinerja dan penghargaan (4.32), mengadakan program pelatihan silang (3.32), menyediakan fasilitas kafetaria (1.92), menyediakan fasilitas movie entertainment (1.92), menyediakan seragam baru per tri wulan (1.56), mengirimkan majalah/newsletter perusahaan (1.38), menyediakan fasilitas keluhan secara langsung (sms gratis/saluran telepon bebas pulsa) (1.32), mengadakan program pelatihan berkala (1.08), penataan interior yang baik (0.64), menyediakan bahan bacaan (0.64), menempatkan satu penyelia untuk setiap satu karyawan lini depan (0.60), memperbaharui database pelanggan (0.48), serta membuat peta lokasi pada buku service (0.46).

5.2 Saran

1. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, dimana terdapat begitu melimpahnya tawaran yang hampir sama atau bahkan hampir tidak ada perbedaan dari berbagai perusahaan yang dapat dipilih pelanggan, sehingga hanya produk inovatif yang dapat menarik perhatian pelanggan. Pendekatan terintegrasi ini membutuhkan banyak pekerjaan manual baik untuk input maupun output data, sehingga disarankan untuk mengembangkan sebuah program komputer yang dapat menghitung skor Servqual, menentukan kategori Kano yang sesuai, dan menjadikannya sebuah format yang siap untuk input kedalam HOQ.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, Lou., 1995, “QFD: How to Make QFD Work for You”, Addison-Wesley Publishing Company, Massachusetts.
- Koentjaraningrat, 1981, Metode-Metode Penelitian Masyarakat, PT. Gramedia, Jakarta.
- Nasution, M.N., 2004, Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management), Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Riduwan, 2004, Metode dan Teknik Menyusun Tesis, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tan, K.C. and T. A Pawitra., 2001, “Integrating Servqual and Kano’s model into QFD for Service Excellence Development”, Managing Service Quality, Vol. 11, No. 6, pp. 418-13.
- Tjiptono, Fandy., 2005, Service, Quality, & Satisfaction, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Walden, D., 1993, “A Special Issue on Kano’s Methods for Understanding Customer Defined Quality”, The Center for Quality Management Journal, Vol. 2, No. 2, pp. 3-35.